

PERANCANGAN LOGO PADA USAHA PENGRAJIN BUNGA KERING RUSTIC FLORIST

Heru Ade Saputra^{1*}, Yasermi Syahrul²

¹*Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Palembang, Indonesia,*

²*Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia "YPTK", Padang, Indonesia.*

Email Korespondensi: Heruadesaputra@gmail.com

ABSTRAK

Rustic Florist yang berlokasi di kota Palembang telah berdiri sejak tahun 2017 merupakan pelaku usaha pengrajin bunga yang telah dikeringkan, dalam perjalanan usahanya belum memiliki suatu bentuk identitas komunikasi visual yang konsisten, seperti penggunaan logo yang tidak merepresentasikan *brand* dari Rustic Florist. Logo sebagai salah satu bagian komunikasi visual untuk dapat dijadikan solusi dalam memecahkan masalah visual yang efektif untuk Rustic Florist agar *brand*nya dikenal oleh masyarakat. Metode yang digunakan adalah Design Method yang telah tersusun secara terstruktur yaitu *discovery*, *planning*, *creative*, dan *application*. Hasil dari perancangan yaitu sebuah logo yang telah dapat memenuhi gambaran identitas dari *brand* Rustic Florist.

Kata Kunci: Logo, Desain, Brand, Identitas, Visual

ABSTRACT

Established in 2017 as a dried flower craftsman in Palembang City, Rustic Florist lacks a consistent visual communication identity throughout its business path, as seen by the adoption of a logo that is not representative of the Rustic Florist brand. Rustic Florist can solve successful visual difficulties with the use of its logo, one component of visual communication, to increase public awareness of its business. The approach is the Design Method, which is organized into four steps: application, planning, creativity, and discovery. The design's outcome is a logo that successfully captures the essence of the Rustic Florist company.

Keywords: Logo, Design, Brand, Identity, Visual.

PENDAHULUAN

Pada era teknologi yang sangat berkembang saat ini, begitu banyak lahir inovasi-inovasi kebaruan dalam menyongsong kehidupan manusia agar lebih baik. Salah satunya pada bidang *brand* yaitu sebuah identitas yang dimiliki oleh suatu produk, layanan, perusahaan, atau individu. Bahkan *brand* tidak hanya mencakup soal logo dan nama, tapi telah menjalar pada citra, nilai, pengalaman dan persepsi terhadap konsumen (Wheeler, 2015). Tidak heran butuh pengorbanan emosi, kepercayaan dan loyalitas agar fungsi dari *brand* dapat maksimal dalam usaha menjalin hubungan dan kepercayaan dalam jangka panjang.

Bisnis sebagai sebuah organisasi yang menjual produk atau jasa untuk mendapatkan keuntungan yang harus selalu fokus terhadap operasional, strategi, pemasaran, dana keuntungan, dengan tetap menjalankan fungsinya yaitu untuk menghasilkan pendapatan (Oscario, 2013). Disisi lain *brand* penting sekali untuk bisnis dapat membedakan dari segi hal kompetitor, membangun kepercayaan dan loyalitas, dapat menaikkan nilai jual, mempermudah pemasaran dan promosi, serta meningkatkan daya tarik investor dan mitra bisnis. Membangun *brand* pada sebuah bisnis diibaratkan memberikan nyawa ke usaha tersebut agar lebih kuat.

Salah satunya yaitu usaha pengrajin bunga kering yang berada di kota Palembang yaitu Rustic Florist yang telah berdiri 2017. Rustic Florist yang merupakan pelaku bisnis yang merintis dari tahun ke tahun untuk dikenal oleh masyarakat luas. Nyatanya belum konsisten dalam merepresentasikan *brand*-nya dalam bidang media komunikasi visual seperti halnya logo. Logo merupakan simbol visual yang memiliki identitas suatu bisnis yang berfungsi untuk meningkatkan daya ingat dalam membangun kepercayaan, membedakan dari pesaing serata konsistensi *brand*.

Perancangan logo untuk membangun identitas visual yang kuat dan profesional sangat dibutuhkan bagi Rustic Florist agar dapat memberikan dampak *first impression*, membedakan dari kompetitor, membedakan dari kompetitor, mencerminkan identitas dan nilai *brand*, membangun loyalitas dan kepercayaan, mendukung strategi *marketing*, dan mudah diingat.

METODE PENELITIAN

Perancangan logo Rustic Floris menggunakan metodeologi desain dari Eric Kartojuwoto (Karjuwoto, 2014), Metodologi ini tertata rapi menjadi empat tahapan diantaranya *discovery*, *planning*, *creative*, dan *application*.

- a. *Discovery* yaitu mengamati dan menganalisis skenario, data dikumpulkan dan pemahaman yang lebih baik tentang masalah diperoleh.
- b. *Planning* yaitu mengidentifikasi persyaratan dan masalah penting, serta membuat rencana untuk mengatasinya. Untuk mengatasi masalah ini, memerlukan strategi dan rencana.
- c. *Creative* yaitu menjelajahi kemungkinan konseptual dan kemungkinan arah desain dan menempatkan pilihan ini ke dalam gambar yang koheren.
- d. *Application* yaitu menerapkan metode dan membuat elemen desain, serta menguji, mengukur, mengevaluasi, dan menyempurnakannya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari metodologi desain yang telah direncanakan untuk membuat rancangan desain logo dari Rustic Florist menggunakan, *discovery*, *planning*, *creative*, dan *application*:

1. *Discovery*

Mengamati dan menganalisis skenario, data dikumpulkan dan pemahaman yang lebih baik tentang masalah diperoleh. *Discovery* dilaksanakan dengan menganalisis data yang dikumpulkan tentang Rustic Florist. Data yang diperoleh tersebut kemudian diolah dengan menganalisis dengan metode SWOT yaitu (S) *Strenghts*, (W) *weakness* (O) *Opportunities*, (T) *Threats*. (Rangkuti, 2013)

a. *Strenght*

Rustic Florist merupakan usaha pengrajin bunga kering yang memiliki berbagai bentuk varian desain boquet yang unik.

b. *Weakness*

Brand untuk Rustic Florist belum banyak dikenal oleh masyarakat.

c. *Opportunities*

Suatu peluang baik bagi konsumen yang ingin menjadi *resseler*.

d. *Threats*

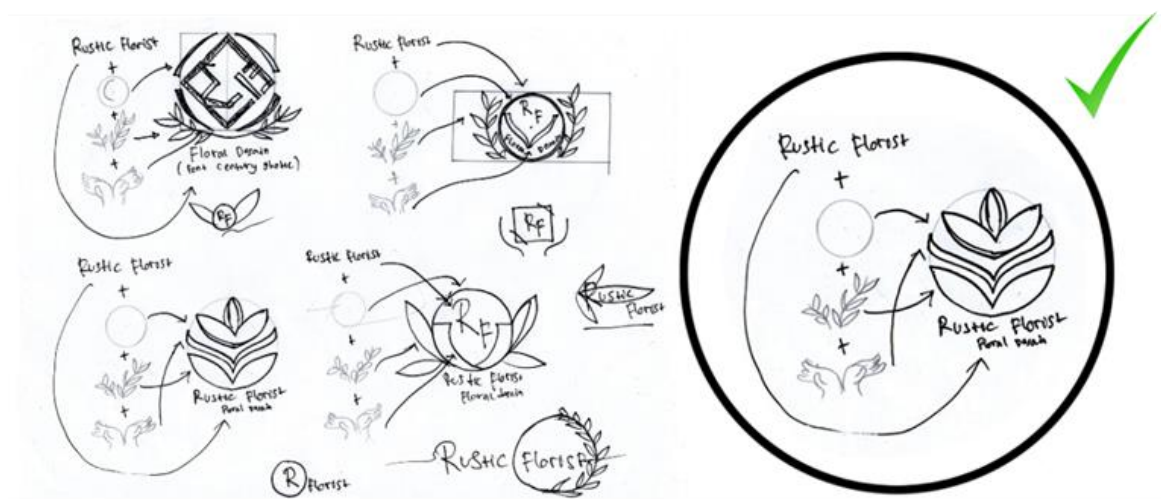
Memiliki kompetitor yang memiliki produk yang sejenis.

2. *Planning*

Mengidentifikasi persyaratan dan masalah penting, serta membuat rencana untuk mengatasinya. Untuk mengatasi masalah ini, memerlukan strategi dan rencana. *Plannings* harus dilakukan dengan menentukan konsep (Pertiwi & Syahrul, 2018), diantaranya.

a. Konsep Visual

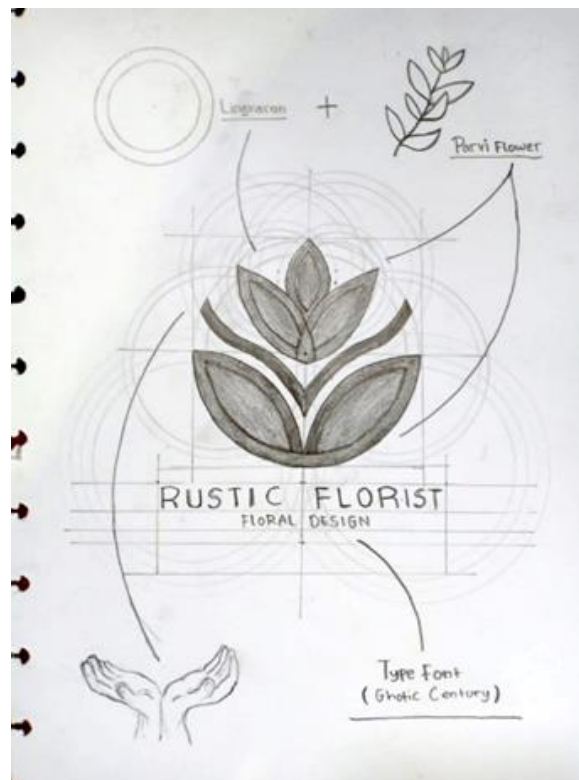
Konsep visual dalam pembuatan logo dari Rustic Florist dibutuhkan beberapa alternatif sketsa yang nantinya akan diseleksi untuk dipilih untuk dijadikan logo. Sketsa logo yang dipilih adalah sketsa yang sederhana, mudah diingat, relevan dengan *brand*, fleksibel, *Timeless* dan Unik.



Gambar 1. Sketsa Alternatif

Sumber: Penulis, 2022

Tahapan selanjutnya setelah poses sketsa manual dilanjutkan penyempurnaan sketsa logo secara digital menggunakan software pengolah gambar.



Gambar 2. Sketsa Logo Rustic Florist terpilih
Sumber: Penulis, 2022

b. Konsep warna

Warna sebagai elemen penting pada sebuah desain, yang memiliki peran mempengaruhi indra penglihatan dan dapat memunculkan emosi (Syahrul, 2020), maka warna yang diaplikasikan untuk logo Rustic Florist adalah warna yang merepresentasikan bunga kering. Seperti pemilihan warna monokrom dari tersier coklat yang dapat memberikan kesan nyaman dan kesederhanaan,



Gambar 3. Palet Warna
Sumber: Penulis, 2022

c. Konsep Huruf

Jenis huruf yang digunakan yaitu sans serif berjenis “Century Gothic” yang memberikan kesan yang modern (Syahrul, 2019). Jenis huruf ini diposisikan untuk dipadukan dengan logogram dari Rustic Florist dapat memberikan representasi yang elegan sehingga mudah diingat dan simple.

3. *Creative*

Creative yaitu menjelajahi kemungkinan konseptual dan kemungkinan arah desain dan menempatkan pilihan ini ke dalam gambar yang koheren. Proses *creative* dilakukan dengan mengolah alternatif sketsa manual yang terpilih dari logo Rustic Florist kedalam digital menggunakan pengolah gambar berbasis vector. Hal ini dilakukan supaya logo dapat fleksibel jika ditempatkan diberbagai ukuran dan media.



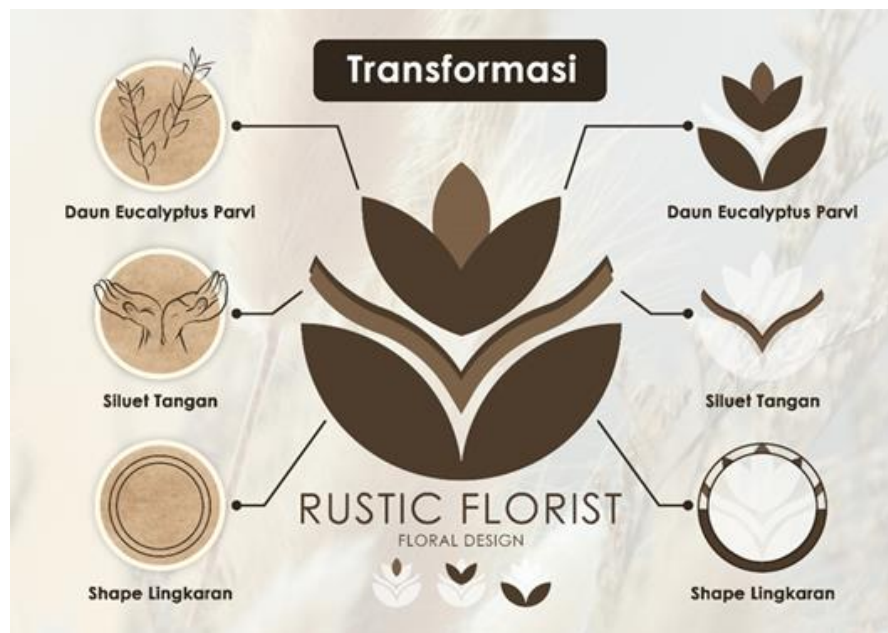
Gambar 4. Proses Digital Sketsa Logo
Sumber: Penulis, 2022



Gambar 5. Desain logo Rustic Florist
Sumber: Penulis, 2022

4. Application

Tahap ini ialah tahapan dalam menerapkan dari berbagi elemen visual untuk dijadikan sebuah transformasi logo. Perancangan logo Rustic Florist pastinya selalu terkait dengan unsur dan prinsip desain di susun dan di tata dengan syarat makna maupun filosofi yang ingin dikomunikasikan oleh Rustic Florist, seperti bentuk daun parvi, yang memiliki manfaat sebagai tanaman obat yang menjadi suatu harapan Rustic Florist dapat menjadi healing gift pada setiap helai susunan dan rangkaiannya. Kemudian terlihat siluet tangan sebagai simbol kepuasan para konsumen, bentuk lingkaran yang dimaknai sebagai kekal, dan lima helai daun parvi sebagai simbol rukun Islam.



Gambar 6. Transformasi Logo Rustic Florist
Sumber: Penulis, 2022

KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan dari logo rustic florist didapati kesimpulan bahwa peran logo dalam sebuah *brand* dapat mewakili identitas brand dari Rustic Florist agar dapat diingat oleh masyarakat. Logo dapat memberikan suatu kesan pertama untuk menarik konsumen untuk datang ke Rustic Florist, logo dapat menanamkan brand di ingatan konsumen, logo mencerminkan nilai dan kepribadian brand dari Rustic Florist, logo yang didesain dapat dijadikan alat branding dan marketing yang kuat dalam mendukung semua strategi promosi dari Rustic Florist, logo dapat memperkuat dari konsistensi brand untuk disajikan elemen yang hadir di semua media.

Perancangan logo Rustic Florist masih perlu dikembangkan pada media komunikasi yang lain agar dapat menjangkau berbagai kalangan yang lebih luas seperti pembuatan website untuk mempromosikan *brand* dari Rustic Florist.

DAFTAR PUSTAKA

- Karjaluoto, E. (2014). The design method: a philosophy and process for functional visual communication. In *Choice Reviews Online* (Vol. 51, Issue 09). New Riders.
<https://doi.org/10.5860/choice.51-4820>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Pertiwi, D. H., & Syahrul, Y. (2018). Motion Graphic Masjid Agung Palembang sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Palembang. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 9(3), 165. <https://doi.org/10.22303/csrid.9.3.2017.165-177>
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT--Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Syahrul, Y. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 109–117. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i2.342>
- Syahrul, Y. (2020). DESAIN USER INTERFACE AKSARA INCUNG SEBAGAI PENGENALAN KEARIFAN LOKAL KERINCI. *GESTALT*, 2(1), 87–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/gestalt.v2i1.41>
- Wheeler, A. (2015). *Designing Brand Identity An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley.